

「消費者トラブルメール箱」 3 年間のあゆみ

平成 17 年度～19 年度分

国民生活センターでは、消費者被害の実態をリアルタイムで把握し、消費者被害の防止に役立てるため、平成 14 年 4 月 8 日にインターネットを利用した情報収集システム（「消費者トラブルメール箱」）を開設した。平成 17 年 5 月に、「『消費者トラブルメール箱』3 年間のあゆみ」を公表後も年々増加し、平成 19 年度は 1 万件を超えた（参考資料）。また、商品別分類については「運輸・通信サービス」が依然として多いものの、それ以外に分類される商品・サービスの割合が増加傾向にある等の変化が見られることから、今回、平成 17 年 4 月以降に寄せられた情報の受信件数等の概況と、追跡調査を実施した主な事案についてまとめた。

[「消費者トラブルメール箱」3 年間のあゆみ](#)（2005 年 5 月 10 日：公表）

1. 受信件数等の概況

(1) 受信件数の推移

表1 受信件数の推移

	平成17年度	平成18年度	平成19年度
件数	6,649	8,082	10,467
対前年度比	111%※	122%	130%

※平成16年度の受信件数5,967件

「架空・不当請求」が依然として多いことや当システムの周知度の高まり等を背景に、受信件数は、平成 18 年度から前年比 20% 以上増加し、平成 19 年度の受信件数は初めて 1 万件を超えた。

(2) 商品・サービス分類別受信件数

表2 商品・サービス分類別受信件数

	平成17年度		平成18年度		平成19年度	
	件数	割合%	件数	割合%	件数	割合%
運輸・通信サービス	3,931	59.1	3,917	48.5	4,127	39.4
教養娯楽品	789	11.9	1,028	12.7	1,471	14.1
教養・娯楽サービス	188	2.8	309	3.8	573	5.5
商品一般	277	4.2	490	6.1	547	5.2
金融・保険サービス	222	3.3	372	4.6	503	4.8
住居品	166	2.5	286	3.5	438	4.2
食料品	105	1.6	177	2.2	385	3.7
土地・建物・設備	151	2.3	246	3.0	333	3.2
車両・乗り物	150	2.3	191	2.4	320	3.1
他の役務	89	1.3	156	1.9	263	2.5
被服品	86	1.3	122	1.5	244	2.3
保健衛生品	86	1.3	175	2.2	233	2.2
レンタル・リース・貸借	75	1.1	115	1.4	225	2.1
保健・福祉サービス	65	1.0	91	1.1	214	2.0
内職・副業・相場	87	1.3	104	1.3	161	1.5
他の相談	28	0.4	72	0.9	90	0.9
工事・建築・加工	34	0.5	47	0.6	74	0.7
修理・補修	21	0.3	29	0.4	64	0.6
光熱水品	24	0.4	42	0.5	62	0.6
教育サービス	20	0.3	38	0.5	49	0.5
役務一般	19	0.3	29	0.4	36	0.3
クリーニング	19	0.3	19	0.2	21	0.2
他の行政サービス	8	0.1	6	0.1	18	0.2
管理・保管	6	0.1	13	0.2	13	0.1
他の商品	3	0.0	8	0.1	3	0.0
計	6,649	100	8,082	100	10,467	100

※商品・サービス分類上位の主な商品サービス

「運輸・通信サービス」：有料サイト、出会い系サイト、プロバイダーサービス、オンラインゲーム等

「教養娯楽品」：携帯電話機、パソコン、パソコンソフト等

「教養・娯楽サービス」：外国語・会話教室、旅行サービス等

「商品一般」：商品・サービスを特定できないトラブルの情報、架空請求など

商品・サービス分類別受信件数をみると、インターネットを活用した情報収集システムである性質上「運輸・通信サービス」に関連する情報が最も多く寄せられている。次いで、携帯電話機やパソコン等「教養娯楽品」の情報が多く、増加率も高い。

(3) 内容分類別受信件数（マルチカウント）

表3 内容分類別受信件数

	平成17年度		平成18年度		平成19年度	
	件数	割合%	件数	割合%	件数	割合%
契約・解約	2,406	36.2	2,976	36.8	4,967	47.5
品質・機能	1,952	29.4	3,109	38.5	3,302	31.5
販売方法	2,805	42.2	2,017	25.0	1,903	18.2
接客対応	2,191	33.0	1,765	21.8	1,884	18.0
価格・料金	458	6.9	488	6.0	791	7.6
表示・広告	310	4.7	371	4.6	585	5.6
安全・衛生	185	2.8	273	3.4	572	5.5
その他	50	0.8	228	2.8	202	1.9
法規・基準	125	1.9	96	1.2	147	1.4
買物相談	2	0.0	9	0.1	19	0.2
施設・設備	5	0.1	0	0.0	15	0.1
包装・容器	9	0.1	5	0.1	14	0.1
計量・量目	2	0.0	2	0.0	14	0.1
生活知識	16	0.2	5	0.1	1	0.0

内容分類別受信件数をみると、各年度とも「契約・解約」「品質・機能」が多い。「契約・解約」のトラブルは増加傾向にあり、平成19年度は約5割を占める。一方、「販売方法」「接客対応」の割合は減少した。

(4) 送信者の属性

表4 送信者の属性

		平成17年度		平成18年度		平成19年度	
		件数	割合%	件数	割合%	件数	割合%
性別	男性	5,124	77.1	5,875	72.7	6,821	65.2
	女性	1,525	22.9	2,207	27.3	3,646	34.8
	計	6,649	100	8,082	100	10,467	100
年代別	20歳未満	393	5.9	269	3.3	209	2.0
	20歳代	2,167	32.6	2,132	26.4	2,004	19.1
	30歳代	2,339	35.2	3,155	39.0	4,097	39.1
	40歳代	1,245	18.7	1,791	22.2	2,936	28.1
	50歳代	378	5.7	580	7.2	924	8.8
	60歳代	99	1.5	115	1.4	233	2.2
	70歳以上	28	0.4	40	0.5	64	0.6
	計	6,649	100	8,082	100	10,467	100
職業別	給与生活者	3,826	57.5	4,978	61.6	6,741	64.4
	自営・自由業	907	13.6	1,242	15.4	1,496	14.3
	無職	656	9.9	597	7.4	840	8.0
	家事従事者	362	5.4	549	6.8	801	7.7
	学生・生徒	898	13.5	716	8.9	589	5.6
	計	6,649	100	8,082	100	10,467	100

送信者の属性は、性別では「男性」が7割以上を占めていたが、平成19年度には65%に減少し、「女性」の占める割合が年々増加傾向にある。また、年代別では20～40歳代が多く、20歳代以下が減少傾向にある一方、40歳代50歳代が増加傾向にある。また、60歳代以上も徐々に増

加しており、送信者の年代は広がりを見せている。職業別では「給与生活者」が6割前後を占め、「家事従事者」とともに漸増傾向にある。これに対し、「学生・生徒」は3年続けて減少した。

2. 追跡調査を実施した主な事案

(1) 通信サービス関連

①オンラインゲームの接続障害〈平成17年度 受信〉

○寄せられた情報：

「サーバーダウンが頻繁に発生し、ゲームが全くプレイできなかった。月額料金を無料にした
り減額したりしてもよいのではないか」同種情報が短期間に複数件寄せられた。

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・運営事業者に接続状況に関して確認したところ、「第三者からの攻撃により、特定のサーバが一日に数時間接続できない状態になり、その後被害が全サーバに及んだ。その都度メンテナンス等の対策を行い、復旧した。また、料金に関しては利用規約に一切返金しない旨の規定がある。接続できなかった程度と期間にもよるが、今回は対応しない。今後は苦情の減少に努めたい」と回答があった。
- ・「オンラインゲームの突然の利用停止」等の苦情についてもとりまとめて報道発表を行った。

[オンラインゲームに関するトラブルが急増](#)（2005年12月7日：公表）

②安い価格で視聴できるかのような広告で契約を誘発する衛星放送会社〈平成19年度 受信〉

○寄せられた情報：

「ホームページで2月中にインターネットからお申し込みの場合3月末まで、加入料は無料、特別料金で1ヶ月間視聴できるとの広告を見て申し込んだ。同月中に解約しようとしたところ、契約期間が3ヶ月未満の解約の場合は3ヶ月分の視聴料を請求するとのこと。契約期間が3ヶ月未満であった場合は、必ず3ヶ月分の料金が請求されることは告知されていない」同種情報が複数件寄せられた。

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当該事業者のHPを調べると、期間限定キャンペーンにつき通常価格の半額で視聴できることが大きく謳ってあった。解約については申し込みをした当月中は解約ができない旨の記載は見つかったが詳細はなかった。
- ・約款を確認したところ『契約期間が3ヶ月未満であった場合は3ヶ月の有料放送料金を払わなければならない』と記載があった。
- ・事業者へ解約条項について尋ねたところ、契約成立時に重要事項の説明は徹底しているとする一方で、解約を電話で申し入れてきた場合は柔軟な対応をとっていると主張した。
- ・後日、事業者からキャンペーン時の内容についてはわかりやすく表示するなど今後改善していくと報告があった。

③高額な通信料がかかってしまった携帯電話用マンガ配信サービス〈平成18年度 受信〉

○寄せられた情報：

「携帯電話会社から3日間で3万円以上の通信料を請求された。小学生の子どもが小学校低学

年向けマンガ雑誌に掲載されていた携帯電話用マンガ配信サービスの『第1話のみ無料』という広告を見て利用したようだ。大人であれば、無料なのは情報料だけで、通信料は別にかかると理解できるかもしれないが、小学生では判断できない。広告表示に問題はないのか」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・マンガ雑誌を発行している出版社に広告表示を確認したところ、通信料がかかる旨の記載はなかった。当センターから、通信料がかかることを判断できない小学生に対して、全てが無料であると勘違いをさせる広告表記は問題であると指摘したところ、ホームページの広告に、利用の際に別途パケット通信料がかかる旨が追記された。また、今後についてはパケット通信料がかかることや利用時に保護者に確認してもらうこと等の注意事項を記載するとの回答があった。
- ・携帯電話の利用料金に関する問題として、当センターは携帯電話サービスのパケット通信に関する相談をまとめ、注意を呼びかけた。

[パケット料金にご注意！予想以上に高額になることもー携帯電話のパケット通信関連相談をめぐるトラブリー](#)（2007年4月5日：公表）

④無料キャンペーンといって電話勧誘するビデオオンデマンドサービス〈平成19年度 受信〉

○寄せられた情報：

「光ケーブルによるインターネット接続を契約していた事業者から、『ビデオオンデマンドサービスが今なら1ヶ月間無料でお試しができる。もし気に入らなければ1ヶ月後に機器を返却すれば一切お金はかからないので、接続機器を送付してもよいか』という電話があった。無料であればと思い機器の送付を承諾した。後日、接続機器と書面が届き、内容を見ると、すでにサービスの契約が完了していると記載されていた。事業者で確認すると、『契約はすでに完了しているので、8日以内に解約を申し出ないと、解除手数料約3,000円がかかる』と言われた。解除手数料がかかることは最初の電話勧誘時にはまったく聞いていなかった」同種情報が複数寄せられた。

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当該事業者で事実確認すると、「電話による勧誘は、契約している代理店が行っている。代理店に対しては、解約時に約3,000円の解除手数料がかかること等の重要事項の説明、代理店の名前も名乗ること等を指導している」と説明があった。
- ・情報提供者に確認すると、機器が到着してから8日以内に事業者で解約を申し出たため、解除手数料は請求されていなかった。しかし、送信者からは
 - (1) 電話で機器の送付を承諾しただけで契約になるとは思わなかった
 - (2) 代理店の名前や解除手数料に関しては説明されていない
 - (3) 勧誘の電話では1ヶ月無料のキャンペーンとだけを強調していた等が明らかになった。
- ・同種の苦情が当該事業者に関して複数件寄せられていることから、当センターで改善を申し入れたところ、当該事業者は9月から利用規約の一部を変更し、約3,000円の解除手数料を請求しないとしたほか、クーリング・オフを設け、書面交付を義務付けた。代理店の勧誘時にどうしても書面不交付や説明不足があるため、本部に連絡があれば個別に対応すると報告があった。

- ・当該事業者によると、代理店が行った契約に関しては、12月から契約者に確認電話を行っていたとの報告があった。
 - ・当センターより総務省に苦情内容について情報提供を行った。
 - ・当該事業者から代理店による電話勧誘販売については3月をもって停止する。無料キャンペーンについても4月には停止する。また、月末に解約・契約撤回入電が殺到して、カスタマーセンターが対応できなる事態が発生していたが、2008年4月からは稼働ブース数も1.5倍にする予定であるとのこと。さらに7月からは専用端末から解約を含む各種契約内容変更手続きができるようにシステムを回収する予定である旨報告があった。
- ＊「ビデオオンデマンドサービス（VOD：Video On Demand）」とは、見たいときに見たい映画等をインターネット回線等を通じて視聴することができるシステム。

（２）クレジットカード関連

①カード保有者を対象に交付された後払い式の電子決済カード〈平成18年度 受信〉

○寄せられた情報：

「クレジットカード会社から申し込んだ覚えのない後払い式電子決済カード（カードを端末にかざすことで決済し、後日金融機関の口座から代金が引き落としされる方式）が送られてきた。クレジットカード会社に問い合わせると、事前に通知をしており、不要の連絡があった人には発行していないとのことであった。不要の場合に連絡したり、返送したりしなければ、利用者が発行手数料を負担しなければならないシステムはおかしいのではないか」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・クレジットカード会社に確認すると「クレジットカード利用者を対象に事前にダイレクトメールを送付し、不要な場合は期日までに返答するように案内した。返答がなかった利用者には、後日後払い式電子決済カードを送付し、再度、不要な場合は連絡するよう案内を入れた。カードを返却する場合は、発行手数料の負担はない」とのことだった。
- ・一旦発行されたカードに対して、利用者に管理責任を求める以上、今回のような送付方法は問題である旨伝えたと、今後の送付形式の参考にすると回答した。
- ・また、当該後払い式電子決済カードのシステムを調べたところ、1回の利用可能金額の上限は2万円だが、利用可能枠は登録しているクレジットカードに準じるというものだった。しかし、ダイレクトメールには1回あたりの利用上限金額が2万円であることのみが強調され、繰り返し使用することで2万円以上の利用が可能である旨の説明が不十分だった。利用額が予想以上に高額になるおそれがあると考えられた。
- ・当センターから、利用可能枠について明確に記載するように申し入れたところ、記載内容を変更するとの回答があった。

②年会費が永年無料とうたうクレジットカード会社〈平成19年度 受信〉

○寄せられた情報：

「クレジットカード会社がHP上で『年会費永年無料、入会時にはポイントを付与』と広告してカード会員を募っている。会員になると、会員規約が2008年4月までの分と、それ以降の分の計2部が送付されてくるが、後者には請求の時期と年会費の金額について明記がないものの

年会費を請求する旨の記載があった。クレジットカード会社に問い合わせると『年会費を請求することは確実だが、時期が決まっていないので明記ができない。“永年”は数年のことを言うので問題ない』と言われたが納得できない」同種情報が複数件寄せられた。

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当該クレジットカード会社へ問い合わせたところ、「会員規約は貸金業法の改正を踏まえ改訂を行ったものである。会費は、2008年5月1日以降会費発生とあるが、現時点で有料化の時期は未定である。時期が決まったら周知期間を設けて理解を得られるように努める。また、“永年”はカード業界では一定期間という意味で通常観念であるので問題はない」と回答があった。
- ・当該クレジットカード会社に対し「“永年”は「一定期間」よりも長い期間というのが一般的な感覚であり、広告や会員規約の中で年会費が発生する時期や金額について明示がない」旨指摘し、改善を申し入れるとともに、日本広告審査機構（JARO）へ情報提供を行った。
- ・後日、JAROから当センターに対し、「当該クレジットカード会社は『会員規約の変更はしないが、広告の見直しについて現在検討中』」である旨連絡があった。

③クレジットカード会社からの身に覚えのない電子マネーへのチャージの請求〈平成19年度 受信〉

○寄せられた情報：

「クレジットカード会社から身に覚えの無い電子マネーへの高額なチャージ料金の請求が届いた。クレジットカード会社からは、カードを紛失しておらず、手元にカードがある状態で発生した被害については補償対象外として全額を請求されている。電子マネー運用会社も対応してくれない。チャージした覚えもないのに金額を負担させられることに納得できない」同種情報が複数件寄せられた。

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当センターから当該事業者事情を聴くと「あるポータルサイトでの大掛かりなフィッシング詐欺により個人情報が漏洩し、それが原因でクレジットカードが不正利用されたことがわかったので、クレジットカード会社から今回は請求を取り下げる」と報告があった。
- ・電子マネー会社に対しては、消費者が困惑して問い合わせた際にも満足いく説明がなされるよう、窓口対応の改善を要望したところ、「改善に努める」と回答があった。

（３）旅行業関連

①旅行者による航空券予約取消料の不当な請求〈平成18年度 受信〉

○寄せられた情報：

「インターネットで見つけた旅行者に航空券の手配を依頼したが、希望に沿う回答がなかった。申込金を支払った段階で契約が成立すると規約に記載されていたため、申込金を払わずそのままにしておいた。しかしその後、旅行者から取消料を請求された。契約は成立していないはずなのに支払う必要があるのか」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・事業者のホームページを確認したところ、利用規約に「申込金の入金確認をもって契約の成立とし、入金が無かった場合は予約が無かったものとして取り扱う」と明記されていた。

- ・情報提供者から事業者とのメールでのやりとりの記録を調べると、請求の文言が法的措置をとるなど強い調子で書かれており、問題があった。
- ・事業者の問題点を指摘したところ、「キャンセルの連絡をしてこない人から労作費（手間賃）として取消料をもらうのは当然である。しかし実際に法的措置までとったことはない」と回答があったため、当センターは、規約にない取消料を請求するのは不当と判断し、当該事業者が加盟している業界団体に情報提供し、改善を申し入れた。
- ・その結果、同業界団体が事業者を指導することとなった。

②韓流スターに会える旅行の企画会社の募集方法が横暴である〈平成 19 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「韓流スターに会える旅行を企画している会社が、旅行企画の詳細を明示しないまま全額の振込みをさせ、キャンセルも受け付けないという横暴振りである。ファン心理を利用したの悪徳商法だと思われるが、改善させる方法は何かないか」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当センターから事業者に対して、ツアーの内容や代金の内訳等を問い合わせたところ「消費者に請求する代金には現地までの交通費、食事代、宿泊代、コンサート代金の全てを含む」と説明があった。
- ・当センターから事業者に対して「当該企画旅行については旅行業法上の登録が必要ではないか」と指摘した。
- ・事業者は当初「国外の旅行社と覚書を交わしていることで、日本国内での旅行業登録は必要としない」と見解を示していたが、その後、一種登録旅行社と業務提携を結び、今後の募集方法等についても改善することとなった。

（４）薬事法関連

①バストへの効果をうたった医薬部外品の広告表示〈平成 17 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「『エチニルエストラジオール』を配合した薬用クリーム。経口避妊薬に含まれている成分なので、ピルを利用している人などは使用しない方がいいといった注意は必要ないか？『厚生労働省がそのパワーを認めた信頼の医薬部外品だから、期待も高まる』と書いてあるのは誇大広告にならないか」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当該商品の使用にあたり、情報提供者が心配するようなピル服用者への注意喚起の必要性などについて厚生労働省に確認したところ、当該商品は塗布して使用するものなので注意喚起の必要はないが、「厚生労働省がそのパワーを認めた」という表現は問題があるとのこと。
- ・さらに、当該商品の通販ホームページの広告表示（「エチニルエストラジオール」について「動脈を広げて皮膚の血液循環を良くし、張りのある生き生きとした肌にする女性ホルモンの一種」等とうたっている）は、薬事法に抵触する恐れがあった。
- ・厚生労働省及び事業者の自治体の所管部署に対して情報提供を行った。

②ガン抑制効果等をうたったミネラルウォーター〈平成 17 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「テレビでの紹介を見て、インターネットを利用してミネラルウォーターを購入したが、購入後、テレビ局のホームページには、紹介されたミネラルウォーターは当社の番組とは一切関係がないと記載されていた。ガンにかかって転移が心配なため、このミネラルウォーターを常飲しているという人もいて、だまされている様な気がする」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・センターでインターネットの関連サイトを調べたところ、薬事法に抵触する恐れのある広告（ガン抑制効果、抗糖尿病効果等）が確認された。
- ・広告掲載事業者等の自治体の所管部署に情報提供を行った。

（５）危害・安全性関連

①木材塗料の発火〈平成 17 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「木材塗料を染込ませたタオルで自宅のウッドデッキの塗装を行った後、塗料が染み込んだ使用済みのタオル 4～5 枚を空のポリバケツに入れて車庫に置き、シャッターを閉めた。約 6 時間後、焦げる臭いに気付く、車庫を見ると発煙しており、車庫内の一部が焼損した」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・成分に含まれる植物油脂（亜麻仁油、桐油）の酸化反応が進んで発熱し、タオルを空のポリバケツに入れていたために酸化熱が蓄熱され、油脂が自然発火したと思われる。
- ・当該塗料には自然発火の危険性に対する注意表示がなかった。
- ・事業者は使用者からの申し出があった後、未出荷分について本体への注意ラベルの貼付を行った。
- ・当センターから既出荷分等への対応も検討するよう事業者に要請したところ、出荷先事業者へ注意喚起の説明、本体への注意ラベルの貼付、カタログや事業者ホームページの製品情報への注意表示の追加がなされた。

②太陽熱温水器の破損したガラスの落下事故〈平成 17 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「10 年程前に購入した太陽熱温水器のガラス部分が破損し、屋根からガラス片（長さ 1 メートル程度の棒状のもの）が落ちてきた。怪我はなかったが大変危険である」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当センターより事業者を確認したところ、漏水や凍結などの条件が重なって破損したものと考えられるとのことだった。
- ・事故の再発防止対策についての検討を要請したところ、
 - （１）既設品には落下防止用ネットを張る
 - （２）新聞、自社ホームページ、個別通知にて告知を行い、問合せ電話窓口を設置するなどの措置がとられた。

③青少年が容易に購入可能な玩具銃〈平成 18 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「近くの神社の祭りの露店で子供が玩具銃を購入。この玩具銃は 6mm のプラスチック製 B B 弾を使用する。16 歳の息子が 11 歳の娘に空だと思って銃を撃ったところ、残り球が発射されて娘に当たり、前歯 1 本が欠けた」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・提供された玩具銃の威力を調べた上で当該品が販売された地域の自治体に確認したところ、「青少年の健全な育成に関する条例」における 18 歳未満への販売を禁止する条項に抵触する可能性があるため、当該自治体の関係部署に情報提供を行った。

④絶対に目を離さないで！！浴槽用浮き輪で乳幼児の溺死も！〈平成 19 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「浴槽用浮き輪を使用したことによる乳幼児の溺水事故を経験した。浴槽に浮かべて入浴させるもので、保護者が先にお風呂から出て身体をふいたり着衣したりしている間に乳幼児が浮き輪ごと転覆し、保護者が戻ったときには浴槽内で完全にさかさまの状態になっていた。インターネットなどでは、親が手を離していても一人で浴槽につかってくれていて便利などと、便利な面ばかり強調されているようだが、危険性はほとんど認識されていない。注意喚起が必要だと思う（小児科医より）」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・風呂における浮き輪による事故を調べたところ、危害情報システムに同種の事例が 2 件、医学学会等では溺水事故が 9 例報告されており、中には死亡した重大な例もあることが分かった。
- ・乳幼児のダミー人形を用いて転覆事故の検証を行ったところ、乳幼児の身体がしっかりシート部に納まっていないで身を乗り出したような場合や、浴槽の水量が不足気味で乳幼児の足が底につくような場合には、重心が高くなり、後ろにバランスを崩すと転覆・転落する可能性があることが分かった。
- ・調査結果をもとにマスコミなどを通じて消費者に注意喚起を行うとともに、業界に対しては関係団体および事業者自らが、当該製品の根本的な見直しと消費者への注意喚起を早急に行うことを要望した。
- ・メーカーやベビー用品専門店では、公表直後の早い段階からそれぞれ自社のホームページで、継続使用者に対して注意喚起文を掲載し注意喚起を行うとともに、新たには販売しないお知らせを出した。
- ・業界団体は社告を新聞に掲載し注意喚起を行った。

絶対に目を離さないで！！浴槽用浮き輪で乳幼児の溺死も！（2007 年 7 月 5 日：公表）

⑤ドライアイスを入れたペットボトルの破裂事故〈平成 19 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「ペットボトルを使い、飲み残しのジュースが入ったボトル内にドライアイス片を入れて炭酸飲料を作ろうとしたところ、ボトルの膨張で飛んだキャップを目に受け、失明した、という事例がある（眼科医より）」

◇国民生活センターの処理：

- ・情報は眼科医から寄せられたものであった。

- ・密閉容器にドライアイスを入れることの危険性が十分に伝わっていないためと思われたことから同種事故の検証を行った。
- ・ペットボトルに水とドライアイスを入れ、すぐにキャップをして様子を見た。その結果、わずかな時間で大きな音と共に勢いよくペットボトルが破裂することがあるなど、ドライアイスにペットボトルのような密閉容器に入れ、キャップをするのは非常に危険であることが分かった。
- ・破裂の原因は、ドライアイスがペットボトル内で急激に気化し、内圧が高まることによって、ペットボトルが強度的に耐えられなくなった結果である。
- ・検証結果などを取りまとめ、マスコミを通じて注意喚起を行った。

[ドライアイスを入れて密閉したペットボトルが破裂して大けが！！](#)（2007年8月15日：公表）

⑥電動リクライニングベッドに挟まれて幼児が窒息死〈平成19年度 受信〉

○寄せられた情報：

「4歳の息子が、電動リクライニングベッド（輸入元：㈱ベルーナ）のマットとヘッドガードの間に首を挟まれて窒息し死亡した。ベッドは2年前にインターネット通販で購入したもの。下降ボタンを押さなくてもリモコンにちょっとした振動が伝わっただけで勝手に下降したり、リモコンを裏向きに置いた程度で下降ボタンが作動したりすることがあった。親が目を離れた間の事故なので詳細は不明だが、何らかの理由で起こしていたマットの背もたれ部分の裏側に入ってしまったようだ。首が絞まるまで本人が下降ボタンを押し続けるとは考えられず、リモコンの不具合がなければ事故は起きなかったはずだ」

◇国民生活センターの処理：

- ・事故の未然防止・拡大防止をはかるため事故の概要等について第一報を行った。
- ・事故品と類似商品についてベッドやリモコンの構造的な安全性の違いや可動するマットに挟まれたときの力などを調べたところ、低価格の商品と事故品はその力が大きい傾向で、中でも事故品は特に大きいことが分かった。
- ・マスコミなどを通じて消費者に注意喚起を行うとともに、業界及び行政に対し、思わぬ事故を未然に防ぐために、より安全性に配慮した製品の製造・販売を行うよう要望した。

[電動リクライニングベッドに挟まれて幼児が窒息死](#)（2007年12月26日：公表）

[電動リクライニングベッドの安全性](#)（2008年2月6日：公表）

⑦シートベルトのロック機構〈平成19年度 受信〉

○寄せられた情報：

「高速道路を走行中、後部座席にひとりで着席していた10歳の息子が、シートベルトをしたままシートベルトを伸ばして身体に巻きつけて遊んでいたが、シートベルトをはずそうとしたところ、固定具ははずれたが、シートベルトはリング状になって子どもの腹部に食い込んだ。車を停車しベルトをはずそうとしたが、ゆっくり戻して引っ張ろうとしてもベルトは戻る一方に出てこなかった。子どもが腹痛を訴え苦しんでいたため救急車を呼んだ。ちょうどその時、偶然通りかかった高速パトロール隊にシートベルトを切断してもらった。まったく想像外の出来事でどのようにしたらあのような状況になるのかわからない」

◇国民生活センターの処理：

- ・消費生活相談窓口にも同種事例が寄せられており、事故はいずれもチャイルドシート固定機能

付きのシートベルトで起こったものであった。

- ・チャイルドシート固定機能付シートベルトは、手持ちのチャイルドシートを簡単・確実に取り付けるために便利なものである。
- ・一方で、事故を起こした消費者は、当該シートベルトがチャイルドシート固定機能付シートベルトであることも、ベルトを全部引き出すとロックがかかり巻き込み方向にしか動かなくなり引き出せなくなるという特徴があることも知らなかった。
- ・取扱説明書には注意の記載があり、業界団体による広報活動も行われているが、同種の事故が複数件、最近になっても発生しており、この機構の存在や特徴が周知されておらず、取り扱いによっては危険が生じる場合がある点が消費者へ伝わっていないと思われた。
- ・そのため、業界団体等により一層の啓発などについて要望すると共にマスコミを通じて注意喚起を行った。

[シートベルトのロック機構にご注意](#) (2008 年 3 月 24 日：公表)

⑧土産物店でのレーザーポインター付玩具銃の販売〈平成 19 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「土産物店にレーザーポインター付玩具銃が販売されていた。店主が子供たちにレーザーポインターを実演しながら購入を勧めていた。以前にレーザーポインターの事故が起きていたことを知っていたため商品を見たが、輸入品のようで P S C マークやレーザーの強さをしめす表示などなかった。危険ではないか」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・寄せられた同型品を入手すると共に市場調査を行った。
- ・消費生活相談にも「小学生の子どもが縁日の露店の福引で光線式の照準器付き玩具銃をもらった。光線がレーザーのように見える。このような商品を子どもに提供するのは危険と思う」という事例が寄せられた。
- ・安全性について調査した結果、多くの問題があることが分かった。
- ・経済産業省に至急の対応策を要望し、共同で注意喚起を行った。
- ・経済産業省は、消費生活用製品安全法に定める技術基準不適合として、輸入・販売元である(株) 大国屋に自主回収の指導をした。

[危険！！レーザーを用いた違法な玩具などが売られている！！](#) (2008 年 3 月 28 日：公表)

(6) 製品の品質・不具合関連

①「使い捨て用コンタクトレンズの不良」〈平成 18 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「1 日使い捨て用コンタクトレンズをインターネットの通信販売事業者から購入したところ、レンズの癒着やケース底部に癒着しているものが何枚か入っていた。製品に問題があるのではないか。インターネットで調べたところ、同じような不良品を購入した人がいるようだ」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当センターより製造販売事業者を確認したところ、「当該商品に初期不良が発生したため、商品を一部回収した」とのことだった。

- ・製造販売事業者は、早い段階で回収したということで(1)出荷先の在庫の回収、および(2)申し出者への改善品の交換等の対応を行った。
- ・ただし、薬事法では、製造販売事業者が医療機器の回収をしたときは、厚生労働大臣に報告しなければならないと定めており、当センターから自治体の所管部署に情報提供したところ、自治体により事実確認等の調査が行われた。
- ・その結果、製造販売事業者は厚生労働省に回収の報告を行い、独立行政法人 医薬品医療機器総合機構のホームページおよび製造販売事業者のホームページに製品回収の情報が掲載された。
- ・当センターからは、製造販売事業者に対して、今後は薬事法を遵守するよう申し入れた。

②携帯電話の電池パックの膨張及び電池持続時間の減少〈平成 18 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「電池パックが膨張し、裏蓋が閉まらなくなった」「電池の消耗が激しく、十分に充電してほとんど使用していないのに 2 日程度しか持たない」同機種について複数件寄せられた。

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・携帯電話会社に確認すると、電池パック膨張等の原因は、充電しながら TV 視聴を行うと通常よりも電池の温度が高い状態で充放電が繰り返されるため、結果的に電池の膨張、容量低下や持続時間の減少が起こることだった。
- ・当センターから携帯電話会社に、消費者への情報提供等を求めたところ、
 - (1) 報道発表、ホームページ、ダイレクトメールによる使用者への告知
 - (2) 電話機側の充電制御ソフトウェアの更新
 - (3) 当該不具合が発生した電池パックの無償交換を実施する
 と回答があった。

(7) その他

①ペットの猫が食べて死亡した健康食品〈平成 18 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「ペットの猫が人間用の α -リポ酸含有食品を食べてしまい死亡した」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当該健康食品の表示について市場調査したところ、一部の商品に関連表示が見られたが、ほとんどの商品に表示はなかった。
- ・各商品の 1 粒あたりの α -リポ酸含有量は概ね 50~105mg だった。
- ・国立健康・栄養研究所のホームページによると、猫に対する α -リポ酸経口時の危険性については、60mg/kg 投与時で死亡例も観察されたとの報告が見られた。
- ・1 粒あたり 50~105mg の α -リポ酸含有量で数十粒入りの製品が市販されている状況から見ると、猫が間違えて食べてしまうなど同種事故が再発することが考えられたため、日本健康・栄養食品協会に情報提供を行った。

②書籍等通信販売サイトの不明確な在庫表示〈平成 19 年度 受信〉

○寄せられた情報：

「書籍等の通信販売サイトで、在庫表示が『1 日～3 日で発送』と記載されていても、実際には在庫がなかったりするケースが多く見られる。在庫がないのであれば、『在庫なし』と表示すべきではないか。在庫がないのに『在庫あり』とするのは消費者を惑わす記載である」

◇国民生活センターの処理及び事業者等の対応：

- ・当センターから当該通販事業者を確認したところ、「在庫表示についての苦情は以前よりあったため、今後、在庫表示の情報更新の回数を増やすシステムに改善しようと考えている。限定版の商品や人気商品のような受注が集中してしまう商品についても、在庫表示の情報更新回数を増やしたい」との回答があった。

3. まとめ

消費者トラブルメール箱には、消費生活センター等の相談窓口寄せられる相談と同様に、架空・不当請求に関する情報が依然として多い。

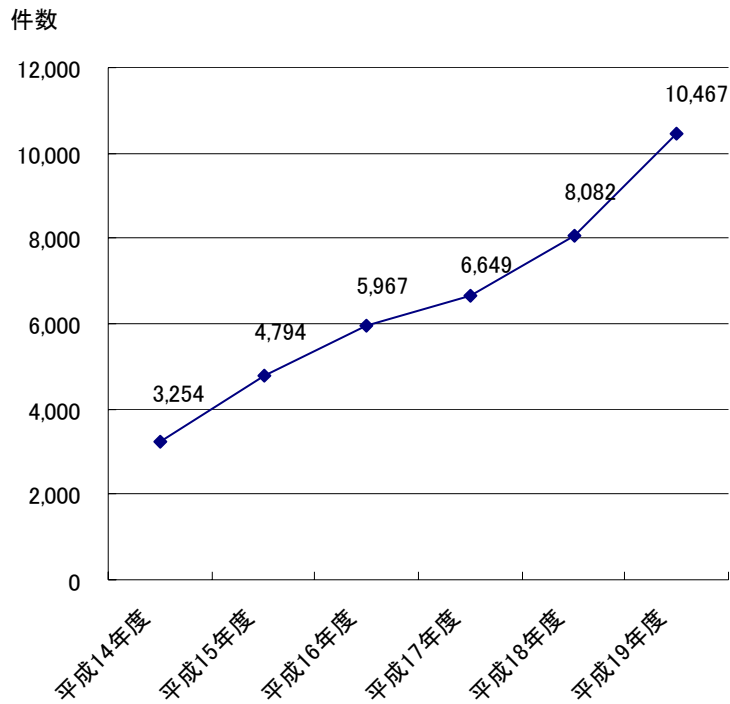
消費者トラブルメール箱への送信者の属性を見ると、「1（4）」で示したように、性別は、この3 年間、男性が 65%以上と女性より多く、また職業別では 57～64%と「給与生活者」の割合が高い。一方、消費生活相談窓口寄せられる相談においては、女性からの相談が多く、職業別でも「給与生活者」は約 42%である。

消費生活相談窓口の受付時間は、限られているのに対し、インターネットをツールとした消費者トラブルメール箱は、時間の制限なく情報を受付けていることから、日中、相談窓口に電話をかけることが難しい、「男性」や「給与生活者」からの割合が高くなっているのも、消費者トラブルメール箱の特徴である。また、危害が発生した案件においては、小児科医や眼科医（9、10 ページ）のように専門家から情報が寄せられたことがきっかけで国民生活センターが追跡調査を行い、マスコミを通じて注意情報を公表することにもつながった。

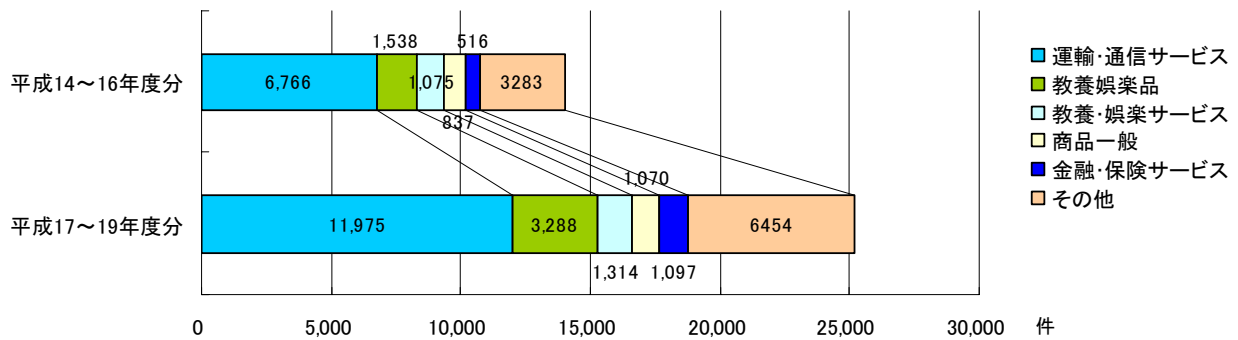
これからも、消費者トラブルメール箱寄せられる情報から消費者トラブルの実態をリアルタイムで把握し、消費者被害の防止に役立てていきたい。

＜参考資料＞平成 14～16 年度と平成 17～19 年度に見られる件数および割合の推移

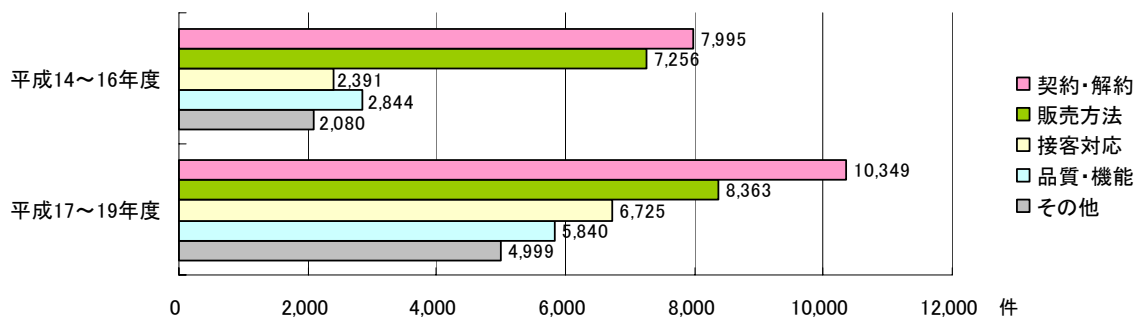
①平成 14 年度以降の受信件数の推移



②主な商品・サービス別分類の推移（件数）



③内容別分類の推移（件数）



<title>「消費者トラブルメール箱」3年間のあゆみ平成17年度～19年度分</title>